BAB V

PENUTUP

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dipaparkan pada halaman sebelumnya dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. *Green Perceived Value* menunjukkan pengaruh positif dan signifikan terhadap *Green Trust* Pertamax di Kota Sawahlunto.

   Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa semakin tingginya *Green Perceived Value* maka semakin tinggi pula *Green Trust* terhadap Pertamax di Kota Sawahlunto. Apabila *Green Perceived Value* rendah, maka *Green Trust* dari Pertamax juga akan rendah.

2. *Green Perceived Risk* menunjukkan pengaruh negatif yang tidak signifikan terhadap *Green Trust* Pertamax di Kota Sawahlunto.

   Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *Green Perceived Risk* pada produk Pertamax di Kota Sawahlunto tidak mempengaruhi secara signifikan terhadap Green Trust. Hal ini dikarenakan dengan adanya resiko yang sangat kecil yang diberikan oleh produk Pertamax maka akan meningkatkan *Green Trust* produk Pertamax tersebut.

3. *Green Trust* menunjukkan pengaruh yang positif dan signifikan terhadap *Green Purchase Intention* Pertamax di Kota Sawahlunto.

   Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa tinggi atau tidaknya *Green Purchase Intention* pada produk Pertamax di pengaruhi oleh *Green Trust* konsumen di Kota Sawahlunto terhadap produk tersebut. Semakin tinggi

tingkat *Green Trust* maka semakin meningkat *Green Purchase Intention* terhadap produk tersebut.

4. *Green Perceived Value* menunjukan pengaruh yang positif dan signifikan terhadap *Green Purchase Intention* Pertamax di Kota Sawahlunto.

   Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa semakin tinggi *Green Perceived Value* maka semakin tinggi pula *Green Purchase Intention* di Kota Sawahlunto. Begitu sebaliknya, apabila *Green Perceived Value* rendah maka konsumen akan menurunkan tingkat pembelian mereka terhadap produk Pertamax.

5. *Green Perceived Risk* menunjukkan pengaruh yang negatif dan tidak signifikan terhadap *Green Purchase Intention* Pertamax di Kota Sawahlunto.

   Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa *Green Perceived Risk* tidak berpengaruh terhadap *Green Purchase Intention* produk Pertamax di Kota Sawahlunto. *Green Purchase Intention* suatu produk akan rendah apabila *Green Perceived Risk* nya tinggi dan begitu sebaliknya. Berdasarkan hasil penelitian tersebut, maka *Green Perceived Value* dan *Green Trust* harus lebih ditingkatkan, sedangkan *Green Perceived Risk* harus diminimalisir bahkan dihilangkan dari produk Pertamax sehingga mampu meningkatkan *Green Purchase Intention* produk Pertamax.

UNIVERSITAS ANDALAS
UNTUK KEDJAJAAN BANGSA

1.2.Implikasi Hasil Penelitian

Hasil penelitian ini memiliki beberapa implikasi penting untuk meningkatkan *Green Purchase Intenton* Pertamax. Implikasi nya adalah *Green Perceived Value* dan *Green Trust* harus lebih ditingkatkan. Hal tersebut dikarenakan, *Green Perceived Value* dan *Green Trust* merupakan dua variabel yang mempengaruhi *Green Purchase Intention.* Selanjutnya, *Green Purchase Intention* harus dikurangi agar dapat meningkatkan *Green Trust* dan *Green Purchase Intention.* Perusahaan harus tetap memperhatikan *Green Perceived Risk* meskipun tidak terlalu berpengaruh terhadap *Green Purchase Intention.* Hal tersebut karena, resiko dapat membuat konsumen kurang berminat untuk melakukan pembelian di masa yang akan datang bahkan berpindah ke produk lainnya.

Dalam penelitian ini, hal penting yang perlu di perhatikan adalah dengan mengurangi *Green Perceived Risk* dari Pertamax khususnya pada persepsi adanya kemungkinan Penggunaan Pertamax akan merusak citra atau reputasi lingkungan konsumen BBM jenis Pertamax di Kota Sawahlunto sehingga saat konsumen menggunakan, maka konsumen merasa tidak ada resiko yang diterima juga saat menggunakannya. Selain itu, sebaiknya perusahaan tetap mempertahankan *Green Perceived Value* yang dimiliki khususnya Fungsi Pertamax sebagai bahan bakar ramah lingkungan memberikan nilai atau manfaat yang baik bagi konsumen di Kota Sawahlunto sehingga dengan ini dapat meningkatkan *Green Purchase Intention* Pertamax di Kota Sawahlunto.

UNIVERSITAS ANDALAS
UNTUK KEDJAJAAN BANGSA

1.3.Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini juga tidak dipungkiri memiliki keterbatasan dan kelemahan. Namun, keterbatasan dan kelemahan yang terdapat pada penelitian ini dapat menjadi pelajaran bagi penelitian di masa yang akan datang.

Keterbatasan-keterbatasan yang terdapat dalam penelitian ini adalah :

1. Dalam penelitian ini jumlah sampel yang diambil skala kecil yaitu 108 responden yang menggunakan Pertamax.
2. Lokasi penelitian hanya difokuskan di Kota Sawahlunto. Dengan demikian hasil penelitian hanya dapat diimplikasikan di Kota Sawahlunto. Hasil yang sama belum tentu bisa didapatkan jika penelitian dilakukan di daerah lain.

1.4.Saran

Hasil dari penelitian ini dan keterbatasan-keterbatasan yang ditemukan dalam penelitian ini hendaknya dijadikan sumber ide dan masukan bagi pengembangan penelitian di masa yang akan datang. Oleh karena itu, pengembangan yang dirasakan dari penelitian ini antara lain :

1. Bagi pihak Perusahaan yaitu PT. Pertamina yang memproduksi Pertamax

a. Dalam upaya meningkatkan *Green Purchase Intention* PT. Pertamina harus meningkatkan *Green Perceived Value* melalui promosi dan event mengenai kepedulian lingkungan yang lebih intensif di masyarakat dan berbagai daerah khususnya di Kota Sawahlunto. PT. Pertamina diharapkan mampu menampilkan kepedulian terhadap lingkungan. Dengan

UNIVERSITAS ANDALAS
UNTUK KEDJAJAAN BANGSA

demikian, hal tersebut dapat mempengaruhi konsumen yang berada di Kota Sawahlunto untuk membeli Pertamax.

b. PT.Pertamina harus mampu meningkatkan kesadaran konsumen untuk menggunakan Pertamax melalui peningkatkan kualitas produk, image produk, dan inovasi produk agar *Green Trust* terhadap Pertamax semakin meningkat.

c. PT.Pertamina diharapkan dapat memberikan edukasi kepada tenaga pemasarnya agar dapat mempresentasikan produk Pertamax sebagai *Green Product* yang aman dan layak untuk digunakan oleh pengguna kendaraan. Hal ini berguna untuk pemahaman konsumen mengenai keunggulan Pertamax, sehingga *Green Purchase Intention* Pertamax di Kota Sawahlunto juga meningkat.

2. Bagi penelitian selanjutnya

Penelitian ini memiliki keterbatasan yaitu hanya berfokus pada variabel *Green Perceived Value, Green Perceived Risk, Green Trust* dan *Green Purchase Intention.* Diharapkan untuk penelitian selanjutnya bisa dikembangkan dengan variabel lain yang mungkin dapat mempengaruhi *Green Purchase Intention.* Selanjutnya, diharapkan untuk penelitian selanjutnya bisa menambah hipotesis bahwa *Green Trust* mampu menjadi Variabel mediasi dari *Green Perceived Value* dan *Green Perceived Risk* terhadap *Green Purchase Intention.*

UNIVERSITAS ANDALAS
UNTUK KEDJAJAAN BANGSA